

Fokus Innovation Geschwindigkeit

**Hauptversammlung
der LEIFHEIT AG**

Nassau/Lahn
03. Juni 2008

Umsatzrückgang gebremst, aber Ertragslage unbefriedigend

- **Konzernumsatz mit 276 Mio € auf Vorjahresniveau**
 - Unternehmensbereich Bad:
74 Mio € (+ 4,2 %)
 - Unternehmensbereich Haushalt:
202 Mio € (- 1,7 %)
 - Leicht positive Entwicklung in Europa getragen durch Wachstum in Osteuropa
 - Rückgang in den USA und anderen Ländern des Dollarraums
- **Operatives EBIT mit 4,6 Mio € knapp unter dem Niveau des Vorjahres**
- **Nach Sondereffekten ergibt sich ein Konzern-EBIT von 2,4 Mio €**

Konzern 2007

Umsatzrückgang im Jahr 2007 gebremst

		2006	2007	Veränderung in %
Umsatz				
Inland	Mio €	115	114	- 0,9
Ausland	Mio €	162	162	+ 0,4
Gesamt	Mio €	277	276	- 0,2
Auslandsanteil	%	58	59	

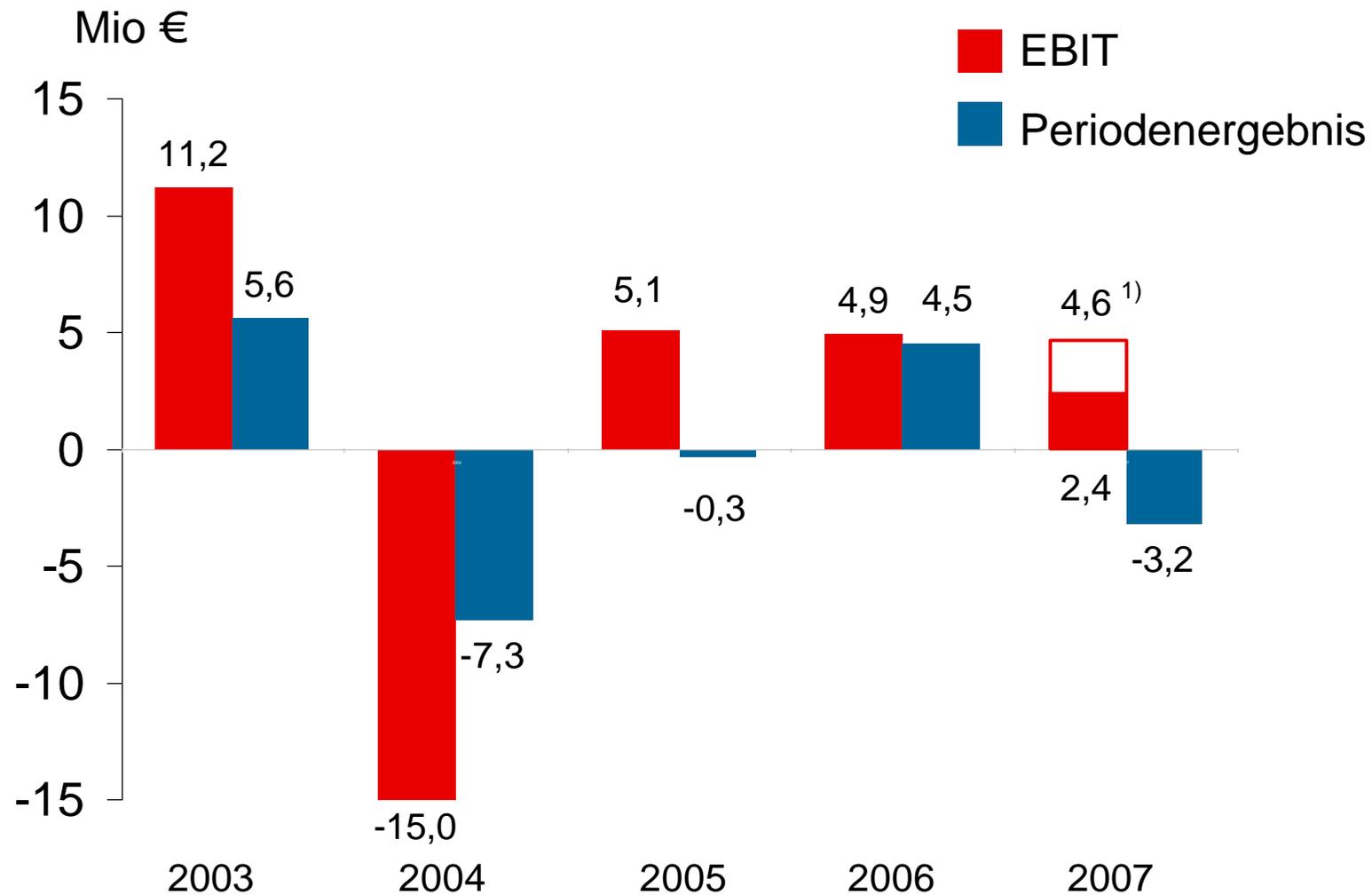
Konzern-Ertragslage unbefriedigend

		2006	2007	Veränderung in %
Bruttomarge	%	40,1	41,6	+ 1,5 ¹⁾
EBIT vor Sonder- einflüssen	Mio €	4,9	4,6 ²⁾	- 6,1
EBIT	Mio €	4,9	2,4	- 51,0
EBT	Mio €	2,8	0,5	- 82,1
Periodenergebnis	Mio €	4,5	-3,2	
Cashflow	Mio €	5,1	14,3	

1) Prozentpunkte

2) Ohne Aufwand für die Versandverlagerung und Veränderungen Vorstand sowie Gewinn aus Immobilienverwertung in 2007

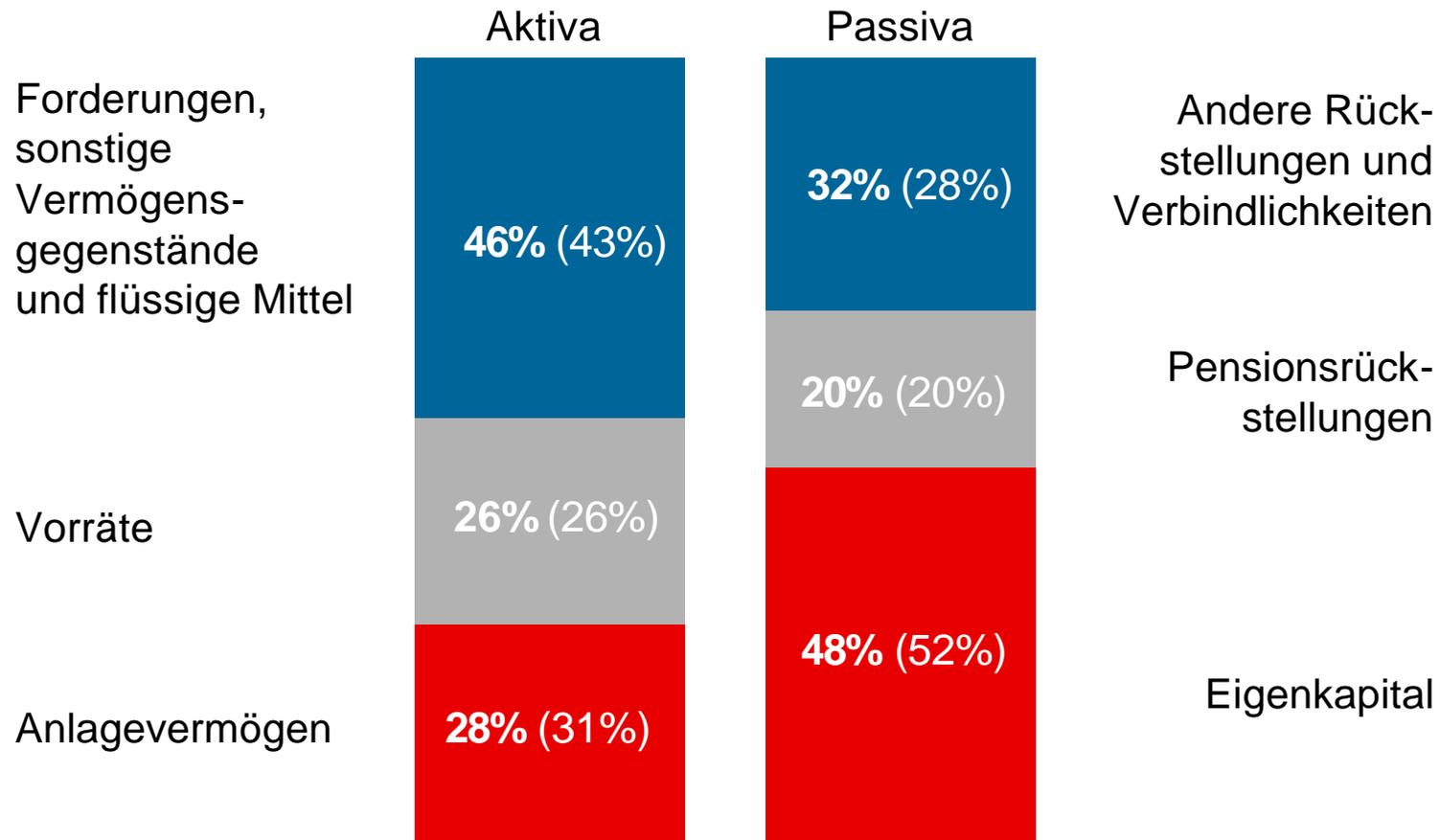
Konzern-Ertragslage unbefriedigend



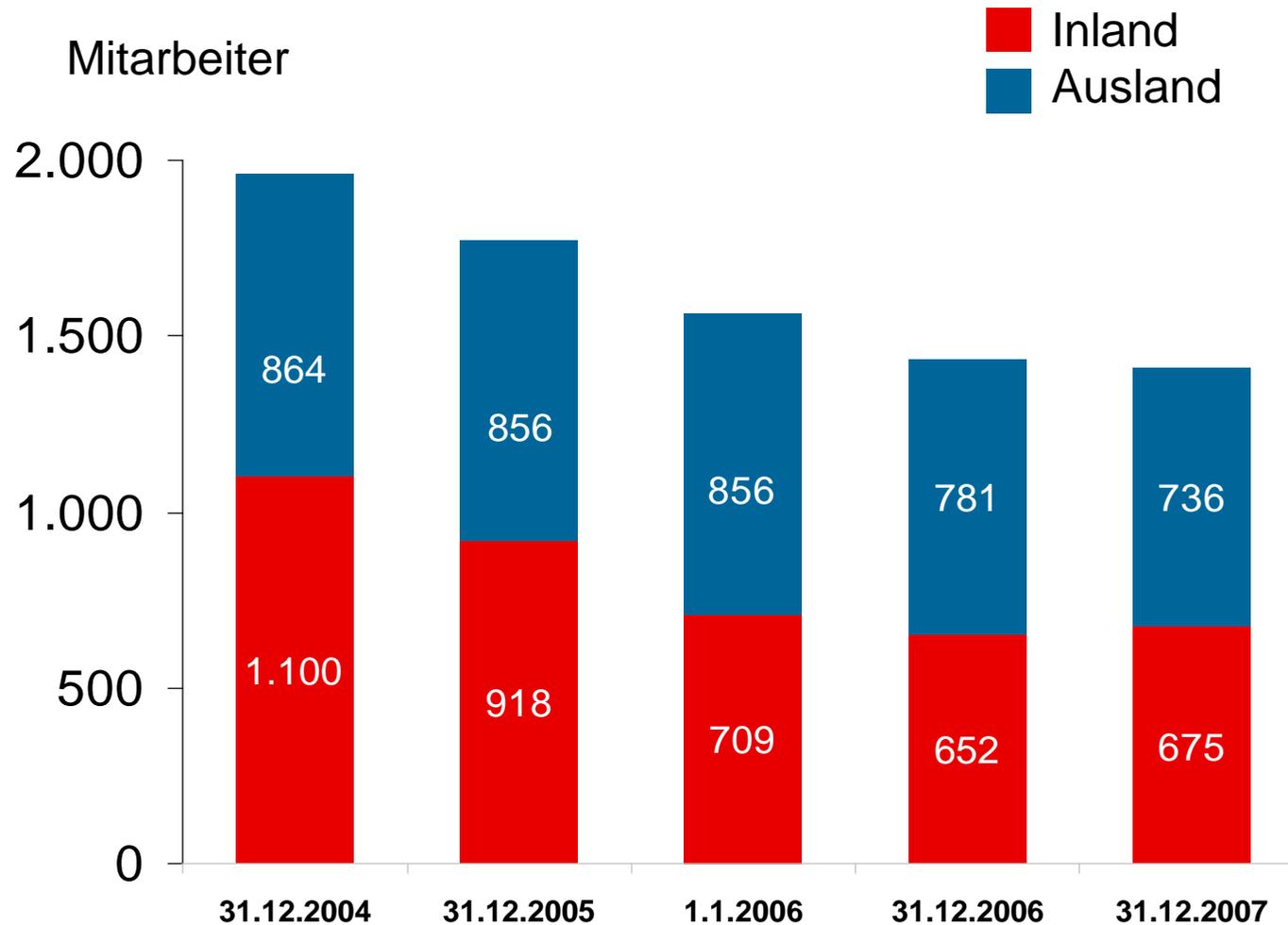
1) Ohne Aufwand für die Versandverlagerung und Veränderungen Vorstand sowie Gewinn aus Immobilienverwertung in 2007

Stabile Bilanzrelationen

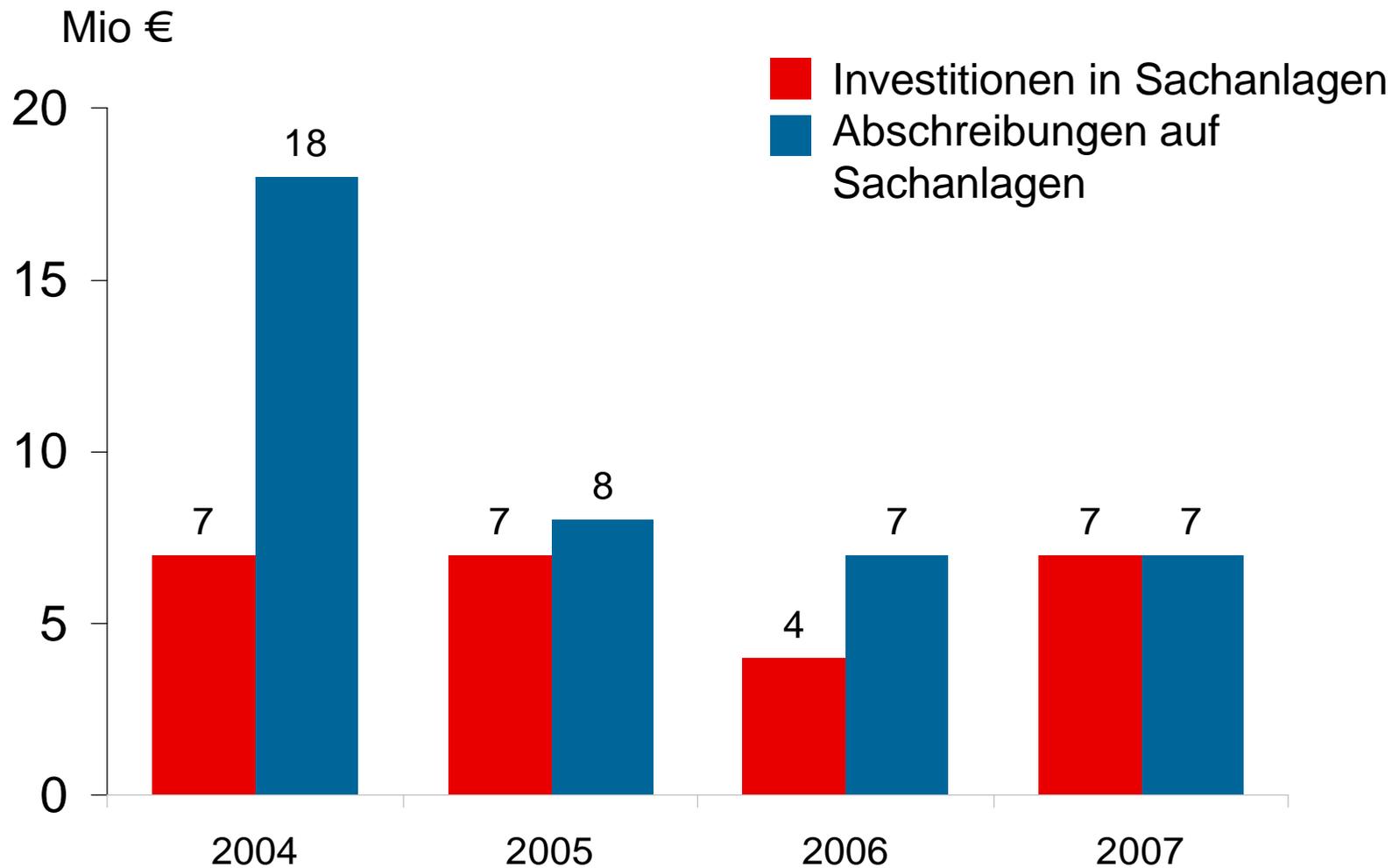
Bilanzsumme: **207 Mio €** (Vorjahr: 204 Mio €)



Zahl der Mitarbeiter leicht zurückgegangen



Investitionen auf dauerhaft niedrigem Niveau



Unternehmensbereich Bad



Unternehmensbereich Bad

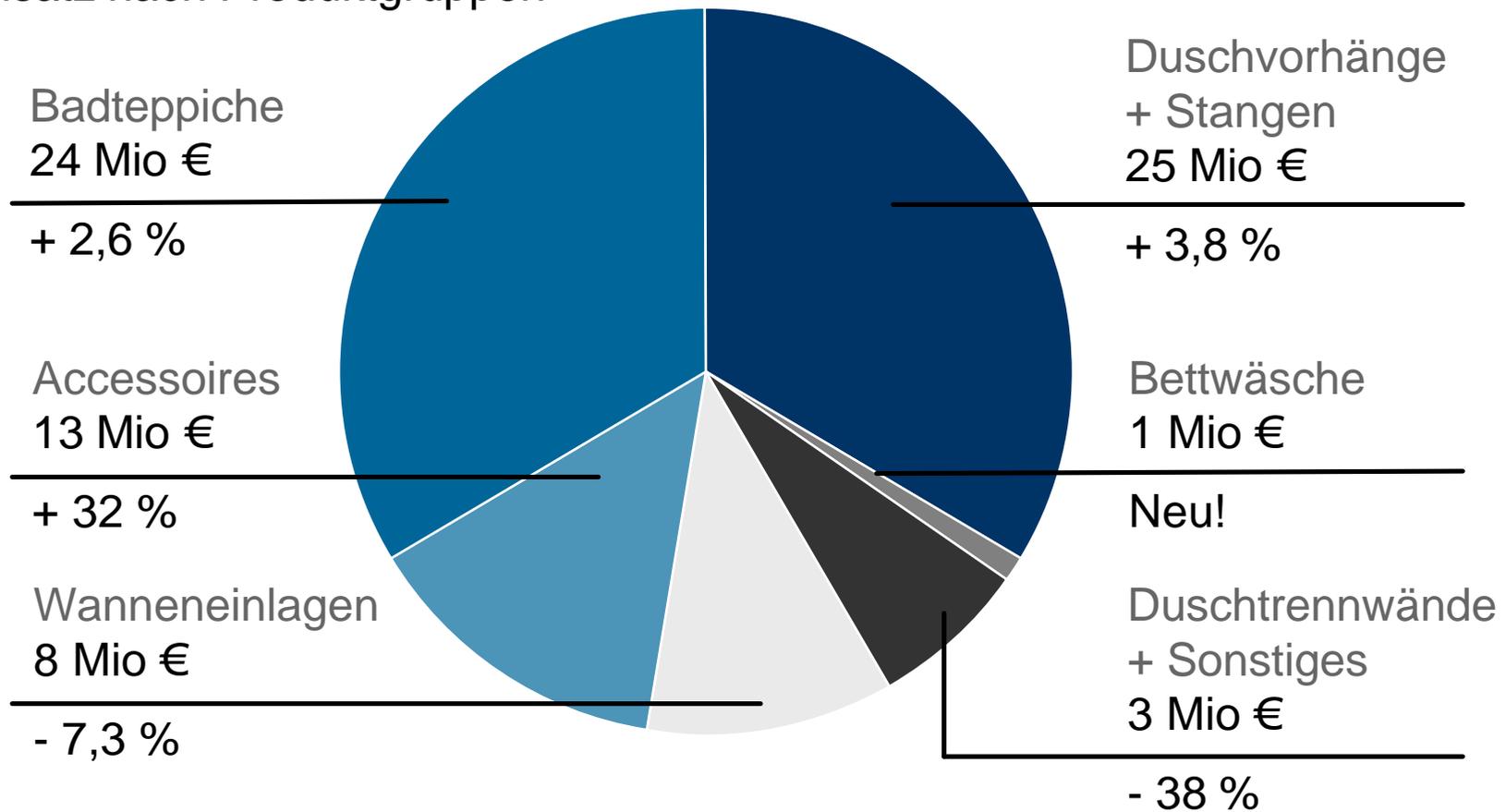
Erneut profitables Umsatzwachstum

		2006	2007	Veränderung in %
Umsatz				
Inland	Mio €	28	30	+ 8,1
Ausland	Mio €	43	44	+ 1,8
Gesamt	Mio €	71	74	+ 4,2
Auslandsanteil	%	61	59	
EBIT ¹⁾	Mio €	4,4	5,4	

1) Bereinigt um Konzern

Wieder Wachstum bei Accessoires - Bettwäsche übertrifft Erwartungen

- Umsatz nach Produktgruppen



Unternehmensbereich Haushalt

LEIFHEIT

IMMER EINE IDEE BESSER

L I F E I N B A L A N C E

SOEHNLE



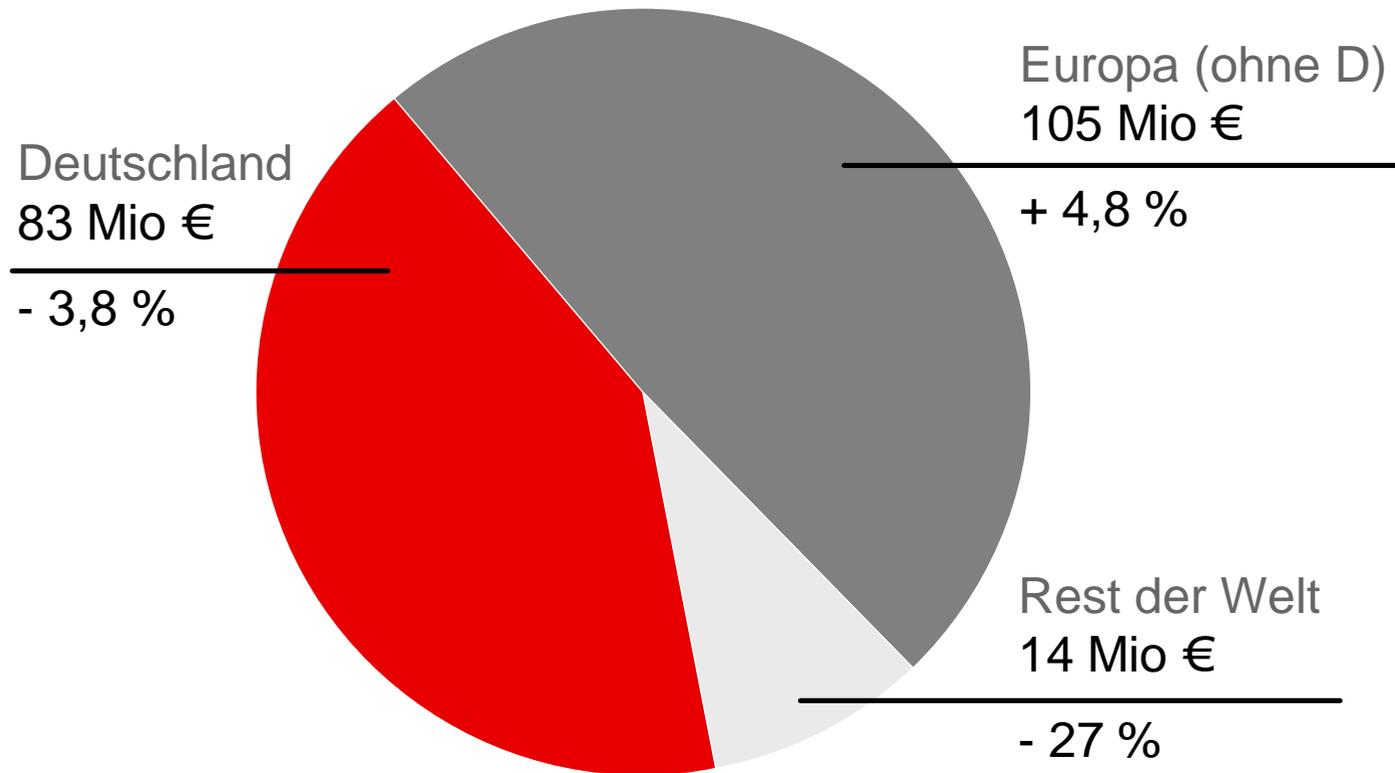
Backgeräte

birambeau

la Cuisine plaisir

Wachstum in Europa getragen durch Osteuropa-Geschäft

- Umsatz nach Regionen



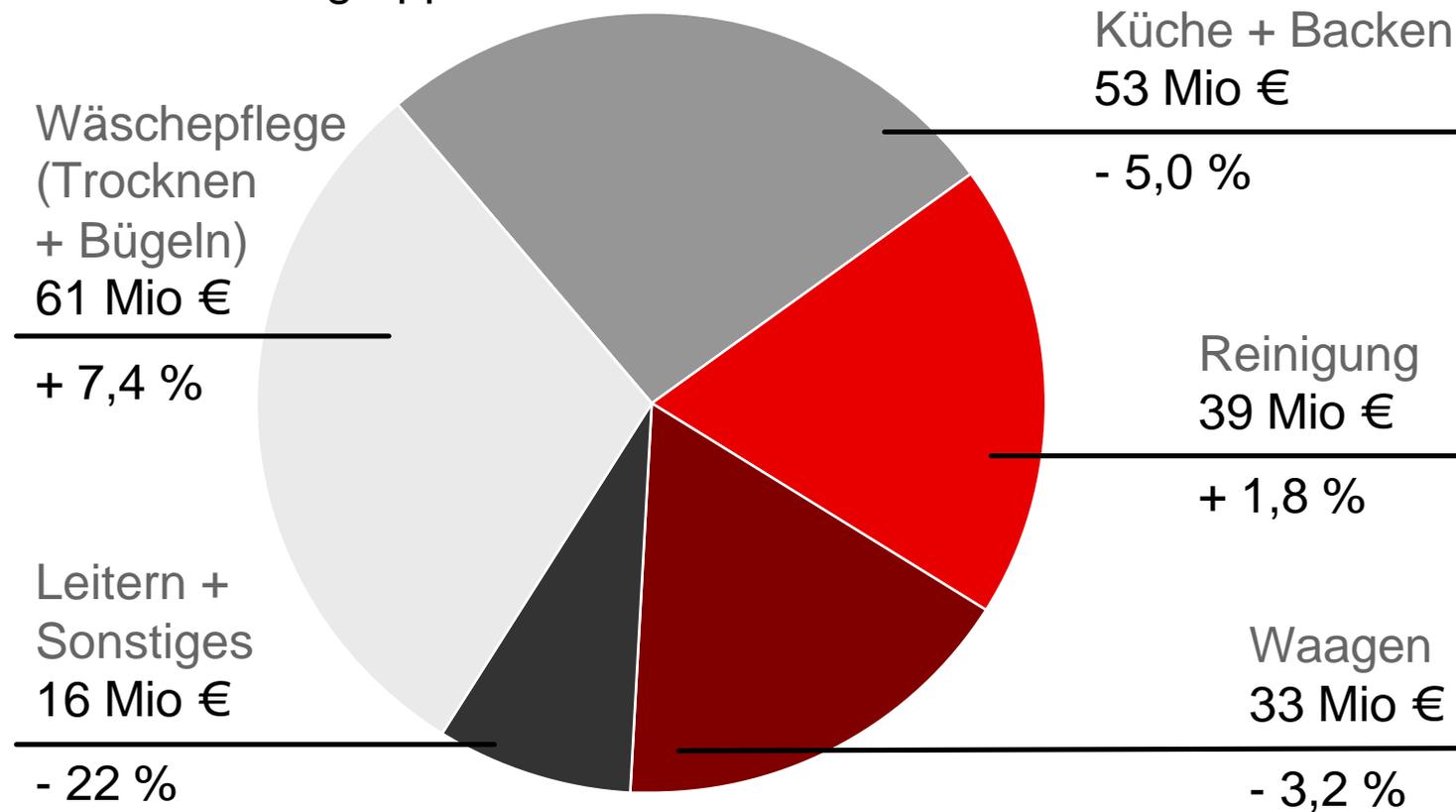
Erfolge in Europa, Schwächen in Deutschland

		2006	2007	Veränderung in %
Umsatz				
Inland	Mio €	87	83	- 3,8
Ausland	Mio €	119	119	- 0,2
Gesamt	Mio €	206	202	- 1,7
Auslandsanteil	%	58	59	
EBIT ¹⁾	Mio €	3,6	- 0,7	

1) Bereinigt um Konzern

Wachstum in den Kernkategorien Wäschepflege und Reinigung

- Umsatz nach Produktgruppen



1. Quartal 2008

1. Quartal 2008

Anlaufschwierigkeiten Versandverlagerung und Sonder-
effekte durch Verschiebung Großauftrag belasten Umsatz

		2007	2008
Umsatz			
Haushalt	Mio €	59	51
Bad	Mio €	18	19
Gesamt	Mio €	77	70
EBIT		Mio €	3,0
			-
EBT	Mio €	2,6	-0,6
Periodenergebnis*	Mio €	1,6	-1,1

* 2008 nach Gewinnanteilen Minderheitsgesellschafter

Unternehmensbereich Haushalt:

Fokus

Innovation

Geschwindigkeit

Fokus - Innovation - Geschwindigkeit

Neu fokussierte Strategie

1. Konzentration auf **Wachstum in den Kernkategorien**
2. **Expansion** des Geschäfts in **Süd- und Zentraleuropa**
3. Erreichen von **POS-Excellence** und **Vertriebskanaloptimierung**
4. Fokussierung auf **Innovationen** von Produkten, Prozessen und Systemen
5. Lieferung qualitativ **hochwertiger Produkte und Lösungen zu geringsten Kosten**
6. Förderung und Entwicklung der **Mitarbeiter**

1. Wachstum in den Kernkategorien



Wäschepflege (Trocknen/Bügeln)



Reinigen



Küche

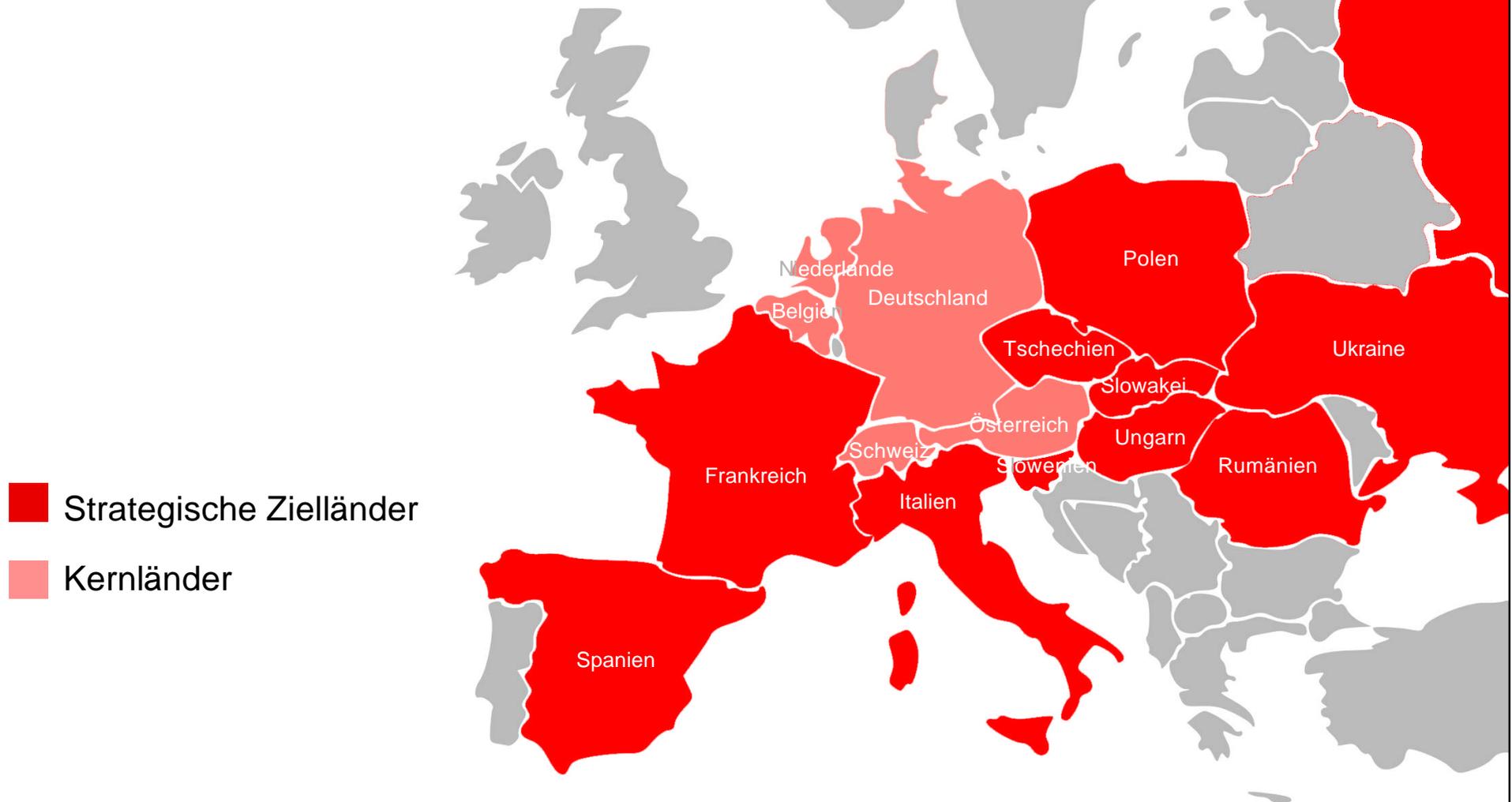


Waagen

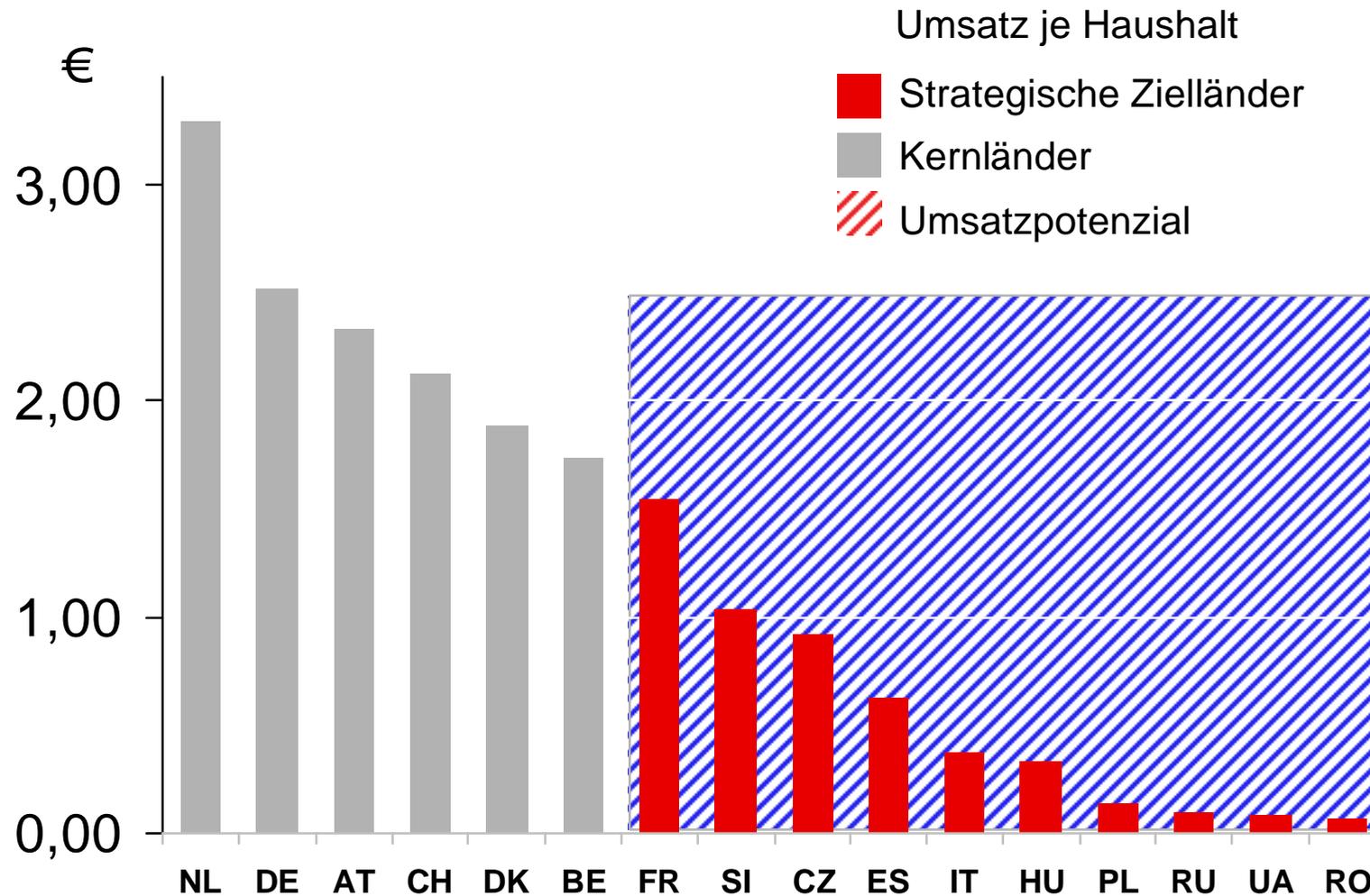
Fokus - Innovation - Geschwindigkeit

LEIFHEIT

2. Expansion des Geschäfts in Süd- und Zentraleuropa



2. Expansion des Geschäfts in Süd- und Zentraleuropa



Bedeutende Maßnahme der neuen Strategie



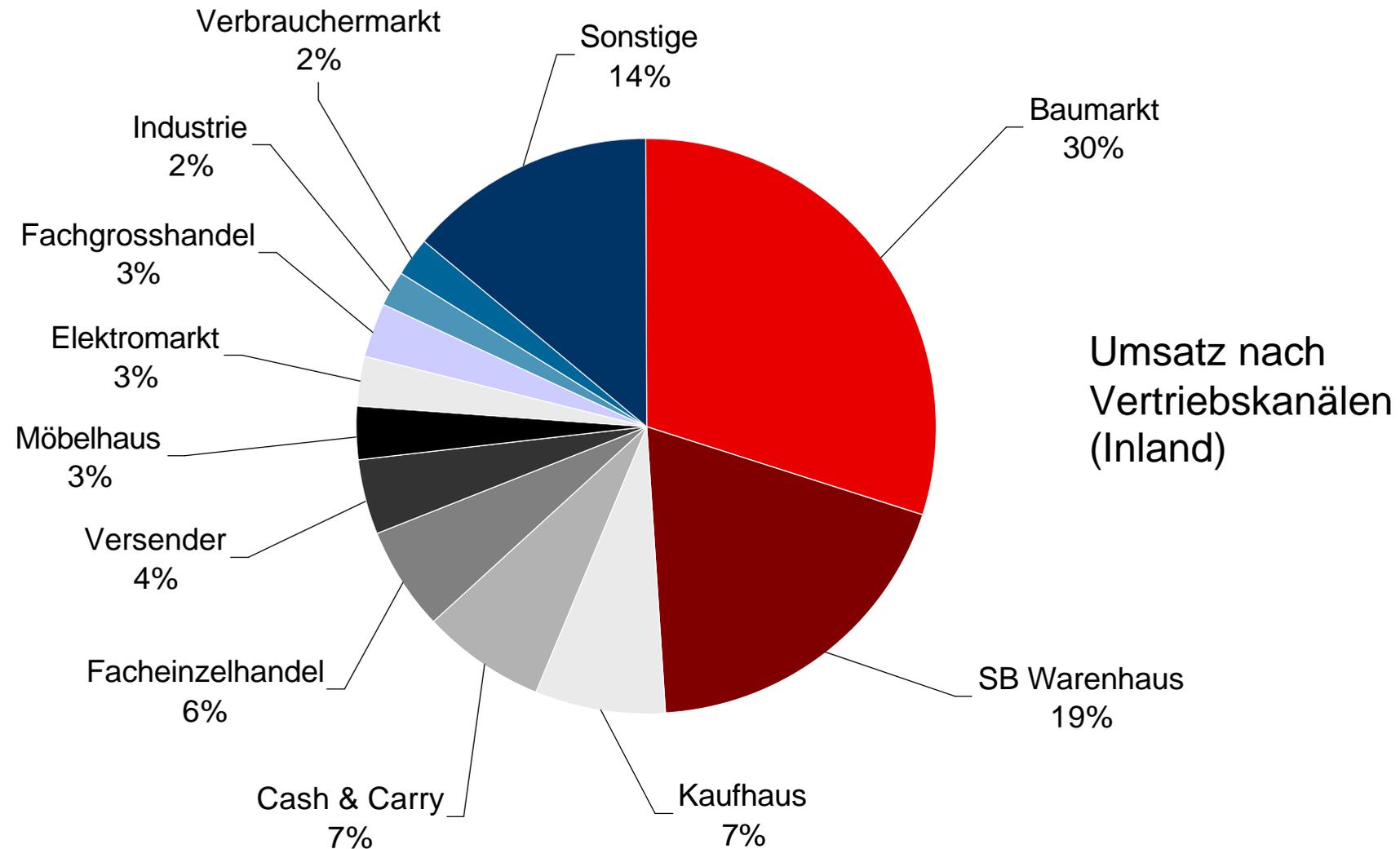
- Beabsichtigte Übernahme von Herby, dem Marktführer im französischen Wäschetrocknermarkt
 - Wichtiger Schritt zur Realisierung der europäischen Marktführerschaft in der Kernkategorie Wäschepflege
 - Ausbau von Umsatz und Präsenz im strategischen Zielland Frankreich
 - Perfekte Ergänzung des LEIFHEIT Premium-Portfolios im Mittel- und Niedrigpreissegment

Bedeutende Maßnahme der neuen Strategie



- Über Herby
 - Gegründet 1952, 1997 Übernahme durch François Xavier Huille
 - Seit 1997 profitables Wachstum durch Fokussierung auf Private Labels und Mittelpreismarke
 - Ca. 11 Mio € Umsatz (2007)
 - Ca. 140 Mitarbeiter in La Loupe in Eure-et-Loir (ca. 130 km südlich von Paris) und Sousse (Tunesien)
 - Produktprogramm umfasst Turmtrockner, klassische Standtrockner sowie Wandtrockner

3. Erreichen von **POS-Excellence** und **Vertriebskanaloptimierung**



3. Erreichen von **POS-Excellence** und **Vertriebskanaloptimierung**

Ausgangssituation beim Kunden

- Sortimentszusammenstellung nach Category-Ansatz (Mischmodule mit Importware)
- Keine zusammenhängenden Module – Präsentation der Ware auf unterschiedlichen Flächen
- Kundenwunsch: deutlich stärkere Herausstellung des Markencharakters von LEIFHEIT

Aktuelle Situation

- Roll Out bis 2010: insgesamt 90 Outlets

3. Erreichen von **POS-Excellence** und **Vertriebskanaloptimierung**



3. Erreichen von **POS-Excellence** und **Vertriebskanaloptimierung**



4. Fokussierung auf **Innovationen** von Produkten, Prozessen und Systemen

- Neu eingeführte Category-Organisation wird den Kommerzialisierungsprozess deutlich verbessern
 - Fokus auf Kategorien
 - Schnelleres Time-to-market
 - Reduzierung der Komplexität

5. Lieferung qualitativ hochwertiger Produkte und Lösungen zu geringsten Kosten

- Etablierung eines Effizienzprogramms zur Strukturkostensenkung
- Fortführung des Supply Chain Champion-Projekts
 - Neuausrichtung der Distributionsstruktur
 - Zusammenführung der Versandaktivitäten und Bündelung am Standort Zuzenhausen
 - Nutzung Binnenschiff im Inbound-Bereich
 - Schaffung von zusätzlichen internen Lagerflächen
 - Redesign der Prozesskette im Bereich Warehouse
 - Erhöhung Packdichte
 - Supply Chain Audit
 - Aufnahme und Bewertung der Supply-Chain Prozesse für zukünftige Projekte zur Kostenreduzierung

6. Förderung und Entwicklung der Mitarbeiter

- Unsere Mitarbeiter sind unser größtes Kapital und unsere Stärke im Wettbewerb
- Wir werden bis Ende 2008 ein Personalentwicklungskonzept entsprechend der strategischen Neuausrichtung des Unternehmens erarbeiten das sicherstellt, dass
 - High-Potentials im Unternehmen individuell und gezielt gefördert werden,
 - Mitarbeiter entsprechend Ihrer Vorkenntnisse und den künftigen Anforderungen systematisch entwickelt und ausgebildet werden,
 - Die begonnene Zusammenarbeit mit den Hochschulen intensiviert wird um künftige Nachwuchskräfte noch frühzeitiger zu erkennen und an unser Unternehmen zu binden.

Ausblick 2008

- 2008: Verbesserung des Ergebnisses
- Unternehmensbereich Haushalt:
 - Konsequente Ausrichtung der Strategie auf die vier Kernkategorien und strategischen Zielländer
 - Projekte zur Kostenoptimierung und Reduzierung der Strukturkosten
 - Weiterführung des Supply Chain Champion Projekts zur Kostensenkung
- Unternehmensbereich Bad:
 - Erhalten hoher Marktanteile der traditionellen Produktgruppen und weiterer Ausbau neuer Produktgruppen
 - Positionierung als attraktiver Nischenanbieter durch Kombination von Designwelten innerhalb der Produktgruppen

Fokus Innovation Geschwindigkeit

**Hauptversammlung
der LEIFHEIT AG**

Nassau/Lahn
03. Juni 2008